

PEREMPUAN DALAM DUNIA PUBLIC RELATIONS

*Novi Kurnia dan I Gusti Ngurah Putra**

Abstract

Literature review shows that women gain more access to job in public relations. Observation in Yogyakarta shows that women are not easily top position in corporation due to understatement of the role of public relations in organizational structure. Discrimination against women is minimal except on family allowance.

Kata-kata kunci: *peranan perempuan; public relations.*

Pengantar

Pengukuran terhadap peranan perempuan dalam *Public Relations* (PR) sangat dipengaruhi oleh pemahaman tentang peran public relations dalam organisasi. Posisi PR dalam struktur organisasi dapat dipakai untuk mengukur peran berikut peluang mereka dalam berkarir. Dozier dan Broom (Childers, 1989:100) berpendapat bahwa keterlibatan praktisi PR dalam proses pengambilan keputusan dalam organisasi lebih penting daripada indikator lain. Karenanya, PR harus ditempatkan dalam struktur puncak organisasi. Sebaliknya, isolasi praktisi PR dari proses pengambilan keputusan membatasi praktek PR hanya menjadi menjadi pelaksana teknis saja. Terkadang, PR harus membela keputusan organisasi yang tidak mempertimbangkan kepentingan publik. PR bisa terjebak sebagai alat pembenar tindakan keliru (*wrong doing*) dalam organisasi. Padahal seharusnya PR menjadi pengingat, penasehat bagi CEO agar tindakan keliru tidak dilakukan.

* *Novi Kurnia* adalah mahasiswa Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, Jakarta. *I Gusti Ngurah Putra* adalah dosen pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Tulisan ini bermaksud untuk mengkaji peranan perempuan dalam dunia PR di Yogyakarta. Kajian eksploratif ini mencoba mengkaitkan peranan perempuan dengan PR dalam manajemen perusahaan atau organisasi berikut kendala yang dihadapi dalam menjalankan pekerjaan sebagai praktisi PR. Kajian ini diilhami oleh pengkajian di negara-negara industri maju yang memperlihatkan bahwa perempuan semakin mendapatkan peran dalam organisasi. Sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas, pengkajian tentang peranan perempuan dalam public relations yang disajikan di sini akan diawali dengan suatu survey literatur, baik yang menyangkut temuan empirik di negara-negara maju maupun kontroversi tentang peranan PR dalam manajemen organisasi.

Kajian Pustaka: Semakin Pentingnya Peranan Perempuan

Studi tentang praktisi perempuan dalam dunia PR cukup banyak dilakukan di sejumlah negara maju (Hon, Grunig dan Dozier, 1992). Di Amerika Serikat terdapat kecenderungan meningkatnya jumlah praktisi perempuan melebihi proporsi praktisi laki-laki, tetapi status dan peranan mereka masih di bawah subordinasi laki-laki (Dozier, 1988:8).

Dari segi peran (*PR roles*), penelitian Broom dan Dozier (Creedon, 1991:72) menunjukkan jumlah praktisi perempuan yang menjalankan peranan teknisi meningkat 14% dari 38% menjadi 52% pada tahun 1979 hingga 1985, sedang yang berperan sebagai manajer komunikasi hanya meningkat 1% dari 18% menjadi 19%. Jadi terdapat penurunan status bersamaan dengan peningkatan pengalaman praktisi perempuan. Penelitian Scrimger tentang peranan praktisi perempuan dalam bidang PR di Kanada pada mulanya juga memperlihatkan gambaran yang sama (Hon, dkk. 1992:422). Walaupun jumlah perempuan sebagai praktisi PR melebihi jumlah laki-laki, jumlah mereka yang memegang posisi manajer lebih sedikit dan sangat terbatas. Belakangan, hasil penelitian Scrimger memperlihatkan perbaikan status dan peranan praktisi perempuan dalam profesi PR di Kanada (Hon dkk, 1992).

Status dan peran yang dijalankan praktisi PR berpengaruh terhadap penghasilan tahunannya. Karena status dan peranan yang

dijalankan praktisi PR perempuan lebih banyak sebagai teknisi komunikasi, penghasilan tahunan yang diperoleh cenderung lebih kecil dibanding yang diperoleh praktisi laki-laki. Masalah lain yang dihadapi praktisi perempuan adalah adanya '*glass ceiling*' dalam promosi bagi praktisi PR perempuan. Mereka mengalami kesulitan memperoleh posisi penting dalam manajemen perusahaan. Hambatan promosi inilah yang menyebabkan mereka cenderung menjalankan peranan teknisi yang akhirnya berpengaruh pada penghasilan tahunan mereka (Cutlip, Center & Broom, 2000).

Rendahnya status dan terbatasnya peranan praktisi perempuan dalam bidang PR disebabkan berbagai faktor seperti proses sosialisasi, pendidikan dan faktor kultural lainnya. Dalam proses sosialisasi ini, perempuan cenderung diposisikan hanya cocok menjalankan pekerjaan yang kurang penting dibandingkan dengan laki-laki yang dianggap lebih cocok menjadi pimpinan. Perempuan sering digambarkan sebagai kaum yang mencari pekerjaan yang 'aman' dan menghindari dari pekerjaan yang banyak tantangan. Namun ada juga pendapat yang menyatakan bahwa subjugasi perempuan dalam dunia PR sebagai akibat dunia yang didominasi laki-laki yang berlanjut untuk tidak membayar dan mempromosikan perempuan seperti dilakukan terhadap laki-laki (Hon dkk, 1992).

Meski belum ada data komprehensif tentang jumlah pekerja PR perempuan di Indonesia saat ini, diperkirakan jumlah mereka mengalami kenaikan. Gejala ini, di satu sisi, menggembirakan mengingat ada profesi yang relatif baru tersedia bagi pekerja perempuan sejak tahun 1980-an. Namun, di sisi lain, keterlibatan perempuan dalam pekerjaan PR bisa jadi bukan cerminan peningkatan peranan dan status perempuan dalam masyarakat. Bisa jadi perempuan dipekerjakan sebagai praktisi PR bukan didasarkan kompetensinya, melainkan lebih dilihat dari segi 'keperempuanan'-nya. Perempuan hanya dipakai sebagai pemikat dalam membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya.

Di Indonesia, para praktisi dan akademisi terbagi dua dalam melihat posisi PR dalam struktur organisasi. Kelompok pertama berpendapat bahwa PR harus ditempatkan di puncak. Pendapat ini antara lain dikemukakan Rachmadi (1994), Depari (1994), Effendy (1986). Menurut Rachmadi, dengan menempati struktur puncak,

praktisi PR akan dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan menyangkut strategi perusahaan secara keseluruhan. Bagi Effendy (1986) dengan posisi puncak, praktisi PR akan menjadi pembuat keputusan dalam organisasi. Praktisi PR menjadi bagian koalisi dominan (*dominant coalition*) dalam organisasi (Grunig, 1992).

Kelompok kedua berpendapat bahwa posisi PR dalam struktur organisasi tidak harus di puncak, di mana pun bisa. Yang penting, adalah akses PR terhadap pemimpin puncak. Wisaksono Noeradi, praktisi PR senior, berpendapat sepanjang petugas PR punya akses kepada CEO, posisi mereka dalam struktur organisasi tidak menjadi masalah signifikan. Argumen sama dikemukakan Alwi Dahlan pada konvensi Perhumas tahun 1994, walaupun sebelumnya dalam *news-letter* Perhumas terbitan tahun 1978 ia berpendapat sebaliknya (lihat Putra, 1996). Sejumlah pengurus teras Perhumas, seperti Kharsadi juga berpendapat bahwa posisi tidak penting yang penting adalah akses. Untuk itu, profesionalisme adalah kuncinya. Tak ada gunanya berada dalam struktur puncak organisasi jika praktisi PR tidak profesional (Putra, 1996).

Penempatan PR dalam struktur organisasi sendiri dipengaruhi banyak faktor. Faktor yang dominan adalah *world views* para pemimpin puncak organisasi terhadap PR yang oleh Grunig & White (1992) dibagi menjadi enam. *Pertama*, pandangan pragmatis, melihat PR sebagai kegiatan yang punya sumbangan penting terhadap pencapaian keuntungan organisasi. *Kedua*, pandangan konservatif, PR dilihat sebagai alat mempertahankan dan memelihara status quo. *Ketiga*, pandangan idealistik, PR dianggap bekerja melayani kepentingan publik, mengembangkan saling pengertian antara organisasi dan publiknya, menyumbang debat berkualitas dalam masyarakat dan memfasilitasi dialog perusahaan dan publiknya. *Keempat*, pandangan netral, melihat PR sebagai suatu yang netral. *Kelima*, pandangan radikal, PR dilihat sebagai kegiatan yang dapat menyumbang perubahan radikal. *Keenam*, pandangan kritis, melihat PR sebagai alat dominasi bagi kekuatan dominan dalam masyarakat untuk memelihara status quo yang menguntungkan.

di Indonesia, pandangan yang banyak berkembang adalah pandangan pertama yang melihat PR sebagai alat praktis mencapai

tujuan organisasi, terutama jangka pendek, pemasaran produk. Di sejumlah organisasi, terutama di hotel, PR dianggap sebagai bagian dari *marketing and sales department* atau malah ditempatkan pada bagian administrasi umum. Di organisasi pemerintahan, PR umumnya ditempatkan di bagian administrasi umum di bawah sekretariat daerah (Putra, 2000). Walaupun demikian, fungsi utama yang dijalankan tetaplah mengabdikan pada kepentingan organisasi, bukan kepentingan umum seperti dalam pandangan idealistik.

Rendahnya posisi PR dalam struktur organisasi seperti dijelaskan di atas membawa beberapa implikasi. *Pertama*, peranan yang dijalankan praktisi PR cenderung mengarah pada peran sebagai teknisi dan pelaksana keputusan yang dibuat pemimpin puncak organisasi. Walaupun praktisi PR melakukan perencanaan, kegiatannya hanya lingkup bagian PR saja. *Kedua*, para praktisi PR, kalau hanya mengandalkan kemampuan teknis PR semata, tidak akan mampu mengembangkan karier setinggi mungkin. PR yang potensial hanya akan menjadi praktisi PR sampai sekitar 45 tahun. Setelah itu, ia harus masuk dalam bagian lain yang lebih umum agar kariernya bisa mencapai puncak. Pada organisasi pemerintah, praktisi PR yang berhasil biasanya berpeluang menduduki posisi asisten sekretaris daerah atau sekretaris daerah.

Dalam industri perhotelan, hal yang sama bisa terjadi. Praktisi PR yang berhasil mungkin harus menaiki tangga bagian yang berbeda agar sampai pada karier puncak. Namun, ada sedikit perbedaan karena praktisi yang berhasil di hotel bintang tiga mungkin pindah ke hotel yang lebih baik, bintang empat atau lima, kalau ia masih ingin tetap memanfaatkan kemampuan dan keterampilan dalam bidang PR. Kalau ingin tetap dalam satu hotel, promosi dilakukan melalui naik di bagian yang menaungi PR.

Ketiga, variasi struktur yang ada serta kegiatan yang termasuk di dalamnya dapat memperkokoh kesan ketidakjelasan dan ketidakkonsistenan domain kegiatan PR sehingga batasan semakin kabur. Saat ini kesan kekaburan terasa ketika PR dicampuradukkan dengan pemasaran. Praktek PR yang harusnya merupakan perwujudan respon organisasi terhadap tuntutan publik yang semakin kritis dan meluas, menggiring PR hanya menjadi kegiatan teknis

operasional berkaitan dengan usaha membujuk orang agar membeli produk melalui komunikasi yang kredibel sebagai tambahan promosi yang dilakukan lewat iklan atau *personal selling*.

Observasi di Yogyakarta

Sekitar sepuluh tahun lalu, sebuah majalah ekonomi terbitan Jakarta melaporkan dunia PR mulai didominasi pekerja perempuan yang antara lain ditunjukkan dengan keberadaan sejumlah perempuan sebagai pimpinan perusahaan konsultan kehumasan (Putra, 1996). Laporan media massa juga mengesankan profesi PR sebagai pekerjaan yang tepat dilakukan pekerja perempuan, sehingga muncul *stereotype* bahwa pekerjaan PR hanya cocok untuk perempuan (Abidin, 2000). Dampaknya cukup terasa terutama pada perguruan tinggi yang menawarkan program studi PR yang cenderung didominasi mahasiswa perempuan. Berbagai lowongan pekerjaan dalam bidang PR pun mensyaratkan keharusan pelamar perempuan. Di Amerika Serikat, gejala yang sama juga terjadi sejak tahun 1980 (Dozier, 1988).

1. Terperangkap dalam Struktur?

Menjadi praktisi PR bagi seorang perempuan menjanjikan banyak hal, di samping tantangan yang tak ringan. Di Yogyakarta khususnya atau di Indonesia umumnya, praktisi PR perempuan bisa lebih dikenal dibanding lembaga tempat ia bekerja. Ini dimungkinkan karena wartawan rupanya lebih tertarik untuk meng*expose* praktisi PR (perempuan) dibanding melaporkan lembaga tempat praktisi tersebut bekerja.

Para praktisi PR perempuan di Yogyakarta umumnya bekerja pada berbagai sektor industri dan lembaga atau institusi sosial dan politik. Sebagian bekerja pada sektor publik seperti pemerintahan, sebagian lain walaupun dalam sektor publik, lebih banyak bekerja sebagai perantara domestik. Praktisi PR perempuan umumnya bekerja di sektor-sektor jasa, seperti perhotelan, *restaurant* atau *café*, toko, rumah sakit dan perbankan. Mereka bekerja pada industri pariwisata, keluwesan, dan mungkin juga daya tarik yang disebut *hospitality industry*. Walaupun demikian,

sebagian di antaranya bekerja di sektor publik seperti pemerintahan dan juga industri manufaktur.

Secara keseluruhan dapat diperkirakan, jumlah praktisi PR perempuan tak jauh berbeda dengan jumlah praktisi laki-laki. Sebagai contoh, di lima daerah kabupaten/kota, terdapat sekitar 80 orang pegawai dalam bagian PR atau informasi di instansi pemerintah (Putra, 2000). Tidak semuanya merupakan praktisi PR karena sebagian merupakan pegawai administrasi. Lebih dari sepertiganya adalah perempuan, walaupun posisi mereka lebih banyak sebagai pelaksana teknis. Dari jumlah tersebut, tak seorang pun menjadi kepala bagian PR di lima kabupaten atau kota yang ada. Hanya sekitar 3 orang praktisi yang menduduki posisi sebagai kepala sub bagian humas.

Jumlah praktisi humas perempuan paling besar dapat ditemui di industri perhotelan. Umumnya hotel di Yogyakarta mempekerjakan perempuan sebagai *PR officer*, hanya sebagian kecil yang praktisi PR-nya laki-laki. Walaupun demikian, praktisi PR perempuan bukanlah pemegang jabatan penting, mengingat bagian PR umumnya ada dalam lingkup pemasaran atau bagian lain seperti administrasi umum. Di lembaga pendidikan juga dapat ditemui sejumlah praktisi PR perempuan. Namun sedikit yang memiliki posisi penting.

Posisi praktisi PR, baik perempuan maupun laki-laki umumnya ada dalam level menengah bawah struktur organisasi. Kedudukan praktisi PR ini bisa dipahami mengingat sampai saat ini PR belum dianggap sebagai fungsi manajemen vital bagi organisasi baik bisnis maupun pemerintahan. PR hanya dilihat sebagai fungsi pendukung teknis tingkat rendah, sebagai komunikator yang bertugas menyampaikan informasi tentang perusahaan kepada publik. Jika kemudian praktisi perempuan berada pada posisi yang tidak menentukan bisa dimaklumi mengingat hal yang sama juga dialami praktisi laki-laki.

Jika di masa mendatang, syarat untuk menduduki atau menjabat sebagai petugas PR dilandasi latar belakang pendidikan komunikasi, maka dapat diperkirakan jumlah praktisi humas perempuan akan meningkat. Ini antara lain disebabkan karena saat ini sekolah-sekolah yang mendidik tenaga terampil dalam bidang PR didominasi mahasiswa perempuan.

Ada dua kemungkinan peran yang dijalankan oleh praktisi PR dalam organisasi. Kemungkinan pertama, praktisi PR menjadi manajer komunikasi, yakni sebagai orang yang melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program komunikasi dan ikut terlibat dalam menentukan arah organisasi sebagai bagian manajemen puncak organisasi. Dalam hal ini, praktisi PR tidak hanya menjalankan kegiatan teknis mengimplementasikan rencana yang sudah ditetapkan pihak lain, tetapi juga menentukan kegiatan yang akan dijalanannya. Sebagai manajer, praktisi PR berhak memberi masukan pada proses pengambilan keputusan penting dalam perusahaan, sehingga setiap kebijakan, tindakan dan prosedur yang ditetapkan mempertimbangkan pendapat publik. Fungsi penasehat ini sangat penting, agar masukan dari publik dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan tingkat puncak. Kemungkinan kedua, praktisi PR hanya menjadi pelaksana teknis dalam bidang PR, sementara keputusan dibuat oleh anggota koalisi dominan dalam organisasi. Pekerjaan yang dijalankan lebih banyak yang bersifat klerikal atau administratif.

Jika melihat posisi dalam struktur organisasi yang ada, maka tak dapat dipungkiri lagi bahwa, peran para praktisi PR perempuan dalam berbagai organisasi hanya sebatas pelaksana teknis tingkat menengah ke bawah. Dalam kasus perhotelan, praktisi PR umumnya hanya memfokuskan pekerjaannya pada promosi hotel sebagai implementasi kebijakan pemasaran hotel.² Promosi ini bisa dilakukan melalui berbagai cara seperti *personal selling* sampai media massa. PR lebih terfokus pada pendekatan hubungan media yang baik untuk memperoleh publisitas. Mereka juga menggunakan iklan serta berbagai publikasi lain seperti *leaflet*, *brosur* untuk menggaet konsumen. Fungsi lebih luas seperti fungsi hubungan komunitas (*community relations*), fungsi hubungan pemerintah, fungsi hubungan karyawan dan sebagainya tidak dijalankan PR. PR tidak mempunyai wewenang memberi konseling pada manajemen, karena tugas utama PR adalah menampilkan sosok hotel di tengah masyarakat, bukan ikut terlibat dalam keputusan strategis perusahaan.

Sementara itu, dalam organisasi pemerintah yang didalamnya terdapat bagian pengumpulan informasi, bagian PR bisa memberi

² Komunikasi personal dengan Natalia Surbakti, Humas Hotel Garuda, 20 Nopember 2001.

masuk pada pimpinan berkaitan dengan perbaikan yang harus dilakukan. Memang implementasi fungsi ini masih belum optimal, mengingat keterbatasan kemampuan praktisinya. Walaupun begitu, konseling untuk pimpinan masih terbatas pada hal tertentu saja. PR tetap belum menjadi bagian dari manajemen puncak organisasi.

Secara garis besar wewenang bagian PR organisasi adalah melakukan praktek *marketing PR* untuk membantu pemasaran produk yang dihasilkan organisasi, membangun hubungan dengan wartawan berbagai media yang ada, membina hubungan dengan pemerintah, menyelenggarakan *special event* terutama untuk peluncuran produk, menangani publikasi dan dokumentasi rutin dan insidental, menangani urusan protokoler, menangani *counter informasi* bagi publik yang berkepentingan. Tugas ini memperlihatkan kecenderungan pekerjaan teknis tingkat bawah. Hampir tidak ada tugas yang berkaitan dengan kegiatan membantu organisasi untuk memposisikan dirinya di tengah lingkungan yang berubah. Tugas strategis yang berindikasi sebagai manajer tidak begitu kelihatan bahkan tidak tampak.

Walaupun seorang praktisi PR, baik laki-laki maupun perempuan, berstatus sebagai kepala bagian, ia belum tentu menjalankan peranan manajer yang sesungguhnya. Ia mungkin hanya menjalankan kegiatan untuk mendukung kegiatan yang sudah ditetapkan perusahaan, sehingga kemandirian sebagai manajer terbatas pada bagian yang dipimpinnya saja. Memang praktisi PR punya kewenangan menangani persoalan yang langsung berkaitan dengan bidang PR, seperti kalau di hotel berkaitan dengan keluhan konsumen atau pemberitaan media massa. PR tidak ikut menentukan arah organisasi dan tak ikut menyelesaikan persoalan yang lebih luas pada tingkat puncak organisasi.

Keterlibatan praktisi perempuan dalam pengambilan keputusan umumnya terbatas pada keputusan yang menyangkut bagian PR, bukan keputusan level organisasi.⁴ Memang di sejumlah lembaga, praktisi PR selalu dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan tetapi dalam posisi yang relatif pasif. Ketidakterlibatan tersebut

³ Komunikasi personal dengan Endah Widiastuti, Humas Pemda Sleman, 1 Desember 2001.

⁴ Komunikasi personal dengan Sri Werdiningsih, Humas RS Dr. Sardjito, 19 November 2001.

memang tidak didasarkan pada jenis kelamin, tetapi lebih karena, bukan ruang lingkupnya, dianggap belum berpengalaman karena usia yang masih muda dan sebab-sebab lain.

2. Alasan Menjadi PR

Adanya *stereotype* yang menyatakan bahwa PR lebih cocok dilakukan oleh perempuan memang membawa dampak adanya kecenderungan tingginya tingkat minat perempuan dalam memasuki bidang kerja humas. Sejumlah iklan lowongan kerja untuk bidang PR secara eksplisit mencantumkan syarat perempuan. Mulai pertengahan tahun 1990-an, ada kecenderungan meningkatnya jumlah perempuan yang memasuki pendidikan bidang humas atau *public relations*. Persoalannya, kenapa perempuan memilih menjadi PR?

Ada berbagai jawaban yang muncul, namun secara umum bukan karena praktisi perempuan melihat PR hanya cocok dikerjakan oleh perempuan. Dari banyaknya jawaban, yang menonjol adalah keterkaitan dengan latar belakang pendidikan.⁵ Sejumlah praktisi PR perempuan memiliki latar belakang pendidikan komunikasi yang memberi pengetahuan dan wawasan serta keterampilan teknis yang sesuai. Walaupun demikian, ketika memilih studi komunikasi, awalnya tidak ada gambaran tentang kerja ke depan yang berkaitan dengan pendidikannya. Dengan kata lain, mereka memilih studi komunikasi begitu saja dan ketika selesai pendidikan, bekerja di instansi yang memberi pilihan terbuka sampai mereka ditempatkan sebagai PR.

Alasan lain, dari praktisi yang berlatar belakang pendidikan non komunikasi, lebih bersifat personal seperti kesukaan bergaul, berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain. Bagi yang menyukai tantangan, pekerjaan sebagai PR dianggap sebagai pekerjaan yang menantang karena PR merupakan hal baru sehingga mau tidak mau mereka harus mendidik diri mereka baik secara otodidak maupun melalui lembaga pendidikan nonformal.⁶

⁵ Komunikasi personal dengan Eunike Martanti, Humas Hotel Ibis, 26 Nopember 2001 dan Endah Widiastuti, Humas Pemda Sleman, 1 Desember 2001.

⁶ Komunikasi personal dengan Natalia Surbakti, Humas Hotel Garuda, 20 Nopember 2001.

Sentuhan emosi yang lebih bisa ditunjukkan perempuan juga menjadi alasan lain. Perempuan sering diidentikkan sebagai makhluk yang ramah, luwes, fleksibel dalam bergaul dan mungkin juga lebih mudah membujuk orang lain (konsumen). Perempuan juga dianggap peka dalam membina *human relations*.⁷ Dalam *hospitality industry*, unsur ini menjadi sangat penting, karena yang dijual adalah produk yang tidak tampak kecuali pemberian jasa layanan. Ada kecenderungan perempuan ditempatkan sebagai pihak yang dapat memberi keramahan, keanggunan dan keluwesan, sehingga konsumen menjadi mudah 'terbujuk'.

Namun demikian, secara prinsipil pekerjaan PR bukan pekerjaan yang hanya berdasarkan penampilan fisik dan kemampuan merayu, tetapi juga didasarkan pada penguasaan teknologi komunikasi, bahkan sampai pada tingkat yang paling maju, dan kemampuan lainnya, tidaklah didasarkan pada jenis kelamin. Seorang responden dengan tegas menyatakan, "Tidak ada jaminan bahwa perempuan akan lebih berhasil menjadi PR."⁸ PR adalah pekerjaan yang menuntut berbagai kemampuan dan harus dilakukan secara total. Oleh karena itu, yang lebih utama adalah kemampuan dalam menjalankan pekerjaan tanpa membedakan jenis kelamin.

3. Tiada Diskriminasi, Kecuali Masalah Tunjangan Keluarga

Berbeda dengan hasil penelitian di Amerika yang memperlihatkan perbedaan kesempatan pengembangan karier, peranan dalam organisasi, gaji dan promosi antara praktisi laki-laki dan praktisi perempuan, di Yogyakarta tampaknya tidak ada perbedaan antara praktisi perempuan dan laki-laki yang secara signifikan terkategori sebagai bentuk diskriminasi terhadap perempuan.

Para responden penelitian ini mengungkapkan bahwa dari segi gaji tidak ada diskriminasi terhadap perempuan. Gaji antara pegawai laki-laki dan perempuan tidak berbeda atau sama saja. Walaupun

⁷ Komunikasi personal dengan Sri Werdiningsih, Humas RS Dr. Sardjito, 19 November 2001

⁸ Komunikasi personal dengan Endah Widiastuti, Humas Pemda Sleman, 1 Desember 2001

demikian, bukan berarti tidak ada diskriminasi sama sekali terhadap praktisi atau pegawai humas perempuan. Diskriminasi terhadap pekerja perempuan dapat ditemukan dalam perusahaan karena pegawai perempuan yang sudah berkeluarga yang menanggung suami yang tidak bekerja tidak otomatis memperoleh tunjangan keluarga bagi suaminya melainkan melalui surat bukti yang kuat yang menerangkan status suaminya. Sebaliknya, bagi para pegawai laki-laki, mereka otomatis memperoleh tunjangan keluarga untuk istrinya, bekerja atau tidak. Ini bisa dianggap sebagai diskriminasi. Kebijakan ini mungkin muncul dari pandangan bahwa laki-lakilah yang harus menjadi pemimpin dan penanggung jawab ekonomi rumah tangga.

Dari segi penggajian memang tidak ada perbedaan pokok antara gaji seorang praktisi perempuan dan praktisi laki-laki. Gaji umumnya ditetapkan berdasarkan lama bekerja, tanggung jawab atau jabatan, dan aspek-aspek lain yang lebih objektif, bukan berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Namun demikian, persoalan gaji sering dianggap sebagai persoalan yang sensitif sehingga para pegawai tidak saling tahu gaji orang lain. Dalam kasus seperti ini bisa saja terjadi diskriminasi dalam penggajian baik dengan alasan yang objektif maupun alasan yang sangat subjektif.

Hal yang sama juga berlaku untuk kesempatan promosi. Promosi untuk menduduki jabatan tertentu tidak memandang jenis kelamin. Promosi didasarkan kepada kemampuan dalam kerja, bukan atas dasar perbedaan-perbedaan sosial, juga jenis kelamin. Namun demikian, tentu ada keterbatasan bagi praktisi perempuan untuk mendapat promosi mengingat bagian PR sudah '*mentok*', sehingga orang yang mau promosi harus belajar lagi agar bisa dipromosikan melalui jalur lain atau ke bagian lain. Di banyak organisasi, jabatan sebagai Kabag Humas sudah merupakan jabatan karier puncak dalam bidang PR. Kalau mau promosi, maka penguasaan terhadap bidang lain menjadi sangat penting agar dapat dipertimbangkan untuk memperoleh promosi jabatan.

Agar seorang praktisi PR perempuan mampu bersaing, mereka butuh pendidikan atau latihan tambahan untuk memegang jabatan yang lebih tinggi. Dalam kasus di instansi pemerintah terdapat berbagai pendidikan pengembangan karier yang disediakan lembaga seperti Diklat Adum atau Adumla (Pendidikan dan Latihan Administrasi

Umum atau Administrasi Umum Lanjut). Di lembaga bisnis, juga terdapat berbagai latihan internal. Di samping itu, mereka dapat juga mengambil atau ikut kursus, semiloka atau pelatihan yang disediakan berbagai lembaga pendidikan. Umumnya, kesempatan ini terbuka bagi siapa saja dan pimpinan organisasi tidak membedakan jenis kelamin dalam meningkatkan kemampuan teknis profesional. Walaupun demikian, persetujuan perlu diperoleh dari pimpinan agar pendidikan yang diperoleh mendapat pengakuan.

Perkembangan karier praktisi PR perempuan tidaklah terlalu jelek. Umumnya mereka berhasil mencapai posisi yang lebih penting dalam jarak waktu yang tidak begitu lama. Dalam kasus tertentu, sejumlah praktisi PR melihat kariernya begitu cepat melejit sejak mereka bekerja. Kecepatan promosi jabatan ini dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya adalah lowongnya posisi jabatan tertentu karena ada pegawai yang pindah kerja ke tempat lain yang lebih menantang dan memberi *reward* yang lebih baik. Ini biasa terjadi dalam sektor swasta khususnya perhotelan. Walaupun demikian, dalam berbagai kasus, praktisi yang relatif baru tidak otomatis memperoleh posisi sebagai manajer ketika lowongan itu ada. Mereka tetap sebagai PR officer, sedangkan jabatan PR Manager dibiarkan kosong. Dalam berbagai organisasi seperti instansi pemerintah atau BUMN atau BUMD, promosi jabatan lebih bersifat rutin secara berkala. Karier biasanya diawali dari bawah, semisal menjadi staf kemudian menjadi kasubbag dan dalam kurun waktu tertentu bisa mencapai posisi sebagai manajer atau kepala bagian humas.

Untuk menduduki posisi kepala bagian atau manajer PR, seorang praktisi humas umumnya butuh waktu sekitar 10 tahun sejak ia masuk sebagai pegawai. Ini terjadi di instansi pemerintah, sedangkan untuk hotel, lama waktu yang dibutuhkan bervariasi tergantung besar kecilnya hotel. Walaupun demikian, dalam organisasi yang punya kecenderungan tertutup dengan pimpinan yang otoriter, kesempatan promosi bisa jadi sangat tidak terbuka, bahkan melalui kasak-kusuk. Praktisi perempuan yang bersuami punya kesempatan untuk *quit* dari suatu lembaga jika terjadi hambatan untuk promosi. Sambil menunggu lowongan di tempat lain, ia bisa saja untuk sementara waktu mengandalkan penghasilan suaminya untuk biaya rumah tangga.

Ada argumentasi menarik berkaitan dengan pentingnya perempuan untuk memperoleh posisi penting dalam sektor publik. Secara kultural, pejabat di negeri ini cenderung menempatkan diri sebagai orang dengan status tinggi. Jika anggapan ini tidak dibarengi dengan kemampuan penghasilan yang tinggi, maka seorang pejabat mungkin akan mencari jalan lain (mungkin tidak legal) untuk memperoleh penghasilan tambahan untuk menyokong status sosial yang keburu ditancapkan pada pejabat publik. Korupsi, kolusi dan nepotisme oleh pejabat publik mungkin bersumber pada kecenderungan sosial kultural tersebut. Perempuan tidak dilihat atau diposisikan seperti itu. Oleh karena itu, perempuan punya kecenderungan korupsi yang lebih kecil. Perempuan tidak memiliki beban untuk menjadi kepala rumah tangga. Umumnya perempuan yang memiliki karier yang sukses di pemerintahan bersuamikan orang yang berada, sehingga kecenderungan untuk mencari pendapatan tambahan lebih kecil dibanding pejabat laki-laki. Oleh karena itu, perempuan punya potensi yang lebih baik untuk memegang jabatan.

4. Kendala-kendala bagi Praktisi Perempuan

Secara umum, menjadi perempuan bukanlah penentu nasib bagi praktisi PR perempuan. Nasib praktisi perempuan dan praktisi laki-laki tidak jauh berbeda. Sumber kendala utama bagi seorang praktisi perempuan justru berasal dari kemampuan dan profesionalisme mereka. Hal yang juga dihadapi oleh praktisi laki-laki. Di sinilah faktor pendidikan menjadi sangat penting. Tidak semua praktisi PR memiliki latar belakang pendidikan yang relevan, sehingga mau tidak mau mereka harus belajar dari nol. Kalau ditelusuri lebih jauh, ketimpangan kemampuan antara praktisi perempuan dan laki-laki memiliki sejarah perjalanan yang sangat panjang. Secara historis, lebih banyak dan lebih mudah bagi laki-laki untuk memperoleh pendidikan yang lebih baik. Ini tentunya punya akibat yang sangat luas, tidak saja dalam bidang PR, tetapi juga bidang pekerjaan lain. Jika saat ini posisi perempuan dalam bidang PR masih sebatas sebagai pelaksana teknis dan posisi puncak masih diduduki laki-laki, maka ini merupakan cerminan kondisi makro yang ada dalam setiap bidang pekerjaan. Dalam banyak bidang, terutama bidang yang bersifat publik, posisi perempuan memang masih lemah. Dalam bidang politik misalnya,

kecil sekali jumlah perempuan yang menjadi politisi. Ini adalah warisan masa lalu yang lebih memberikan kesempatan kepada laki-laki untuk berperan dalam sektor publik, sementara perempuan lebih banyak terkurung dalam sektor domestik.

Kendala yang dihadapi praktisi perempuan tidak bersumber pada kebijakan organisasi yang diskriminatif, yang lebih mengutamakan laki-laki untuk memegang jabatan tertentu. Bahkan dalam kasus tertentu, justru berbagai perusahaan sengaja mencari pegawai PR berdasarkan jenis kelamin: perempuan. Ini mungkin bentuk diskriminasi baru atau juga bentuk pelecehan terhadap perempuan.

Kendala utama, walaupun itu dianggap sebagai kendala, adalah kenyataan bahwa pekerjaan PR adalah pekerjaan dua puluh empat jam sehari. Hubungan organisasi dengan publik tidak bisa dibatasi berdasarkan jam kerja yang ada. Seorang praktisi, tidak ada waktu kerja yang pasti bagi seorang PRO. Seringkali karena ada *event* yang diadakan perusahaan, ia harus pulang malam, sementara perusahaan tidak memberi fasilitas antar jemput. Bagi perempuan, ini masih merupakan masalah. Implikasinya tentu saja, siapapun yang menjadi praktisi PR harus siap bekerja dua puluh empat jam sehari seperti halnya seorang dokter. Sistem pergantian jam kerja memang mengatasi kendala ini. Namun demikian, kesiapan untuk bekerja di luar jam kerja yang sudah ditetapkan adalah menjadi bagian hakiki pekerjaan seorang praktisi PR. Bagi praktisi PR perempuan ini menjadi kendala, mengingat dalam kultur yang ada perempuan masih dianggap tidak pantas ke luar malam sendirian. Dalam masyarakat juga berkembang anggapan yang merendahkan perempuan kalau bekerja malam. Ini terutama dirasakan oleh sejumlah praktisi perempuan baik yang masih lajang terlebih yang sudah bersuami.⁹ Bagi yang sudah bersuami, dukungan dari suami menjadi penting. Suami bisa menjadi perisai ketika harus bertugas malam. Tentu saja suami harus memahami pekerjaan istrinya. Seorang praktisi secara eksplisit menyatakan, "keterbatasan perempuan yang kalau dilihat dari segi agama, perempuan *nggak* boleh ke luar sendiri di malam hari."

⁹ Komunikasi personal dengan Natalia Surbakti, Humas Hotel Garuda, 20 Nopember 2001.

Di samping itu, bagi praktisi perempuan, ia masih harus mengurus persoalan domestik (rumah tangga) seperti mengurus anak, melayani suami, sehingga terasa ada beban yang lebih besar. Sejumlah praktisi menyatakan, "Membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga" adalah tantangan yang cukup serius.¹⁰ Oleh karena itu, mereka harus mampu meyakinkan keluarganya bahwa pekerjaannya memang demikian. Bagi praktisi yang masih lajang, persoalan seperti ini belum terasa.

Dalam bidang PR, ada sejumlah pekerjaan teknis yang dianggap sebagai pekerjaan yang lebih pantas dilakukan laki-laki seperti memotret baik dengan kamera biasa, terlebih-lebih dengan kamera video. Perempuan masih ragu untuk melakukan pekerjaan ini meski sebagian dari mereka melihat pekerjaan ini bukan monopoli laki-laki, sehingga perlahan perempuan mulai juga melakukan kegiatan pemotretan, walaupun tentu saja harus siap mengatasi kesan masyarakat yang mungkin masih melihat sebagai 'tidak elok' bagi perempuan untuk memotret. Akan tetapi, kecanggungan masih tetap menghinggapi praktisi perempuan yang melakukan pekerjaan yang dianggap menjadi tugas laki-laki.

Penutup

Dari eksplorasi terhadap peranan dan status praktisi humas perempuan dalam berbagai organisasi di Yogyakarta sejumlah kesimpulan dapat dikemukakan:

Pertama, di berbagai organisasi di Yogyakarta dari sektor publik dan perusahaan swasta, terutama industri perhotelan, praktisi PR perempuan diterima sebagaimana halnya praktisi laki-laki. Pada *hospitality industry* jumlah praktisi perempuan lebih dominan dibanding praktisi laki-laki. Sementara untuk sektor publik/pemerintahan, jumlah mereka lebih dari sepertiga jumlah praktisi humas yang ada. Begitu juga dengan di rumah sakit, lembaga pendidikan, café, restaurant dan lain-lain lembaga. Posisi mereka dalam organisasi memang lebih banyak sebagai pelaksana teknis dan sangat sedikit menduduki posisi puncak, walaupun mereka dikategorikan sebagai manajer.

¹⁰ Komunikasi personal dengan Natalia Surbakti, Humas Hotel Garuda, 20 Nopember 2001 dan Sri Werdiningsih, Humas RS. Dr. Sardjito, 19 Nopember 2001.

Kedua, berbeda dengan hasil penelitian di Amerika Serikat dan Kanada yang menunjukkan adanya perbedaan perkembangan karier praktisi perempuan dan praktisi laki-laki dan perbedaan peranan serta gaji, penelitian ini mengungkapkan bahwa secara umum tidak terdapat diskriminasi baik dalam penggajian, kesempatan promosi, dan pengembangan karier. Hanya ada satu kasus yang menunjukkan perlakuan perbedaan terhadap praktisi perempuan atau pegawai perempuan di dalam suatu perusahaan, yakni berkaitan dengan tunjangan keluarga..

Ketiga, karier para praktisi PR perempuan berjalan cukup lancar dan ditentukan berdasarkan kemampuan, pengalaman, kepangkatan dan syarat-syarat objektif lainnya. Namun demikian, karier puncak dalam organisasi tidak mungkin mereka capai kalau berhenti sebagai praktisi PR saja. Kalau mereka mau menduduki posisi puncak dalam organisasi, mereka harus melalui jalur bagian lain.

Keempat, kendala utama yang dihadapi oleh praktisi perempuan bukan berasal dari luar diri, seperti kebijakan organisasi, tetapi lebih banyak bersumber pada faktor personal dan kultural yang berupa nilai dan norma dalam masyarakat. Secara kultural, masih ada norma yang menempatkan perempuan dalam posisi serba salah. Perempuan tidak baik bekerja sampai malam. Perempuan juga masih diharapkan mengurus keluarga, sehingga masih tetap terjadi persoalan pilihan antara mengutamakan pekerjaan dan keluarga. Faktor pribadi berkaitan dengan masih adanya kendala psikis dan fisik untuk menjalankan pekerjaan teknis, sehingga selalu masih ada pekerjaan yang tidak layak dilakukan oleh praktisi PR perempuan.

Kelima, apapun status dan peran praktisi PR perempuan saat ini, tidak dapat dilepaskan dari latar belakang sosialisasi dan pendidikan mereka. Secara historis haruslah diakui bahwa kaum laki-laki punya peluang lebih besar memperoleh pendidikan yang lebih baik di masa lalu. Kalau saat ini posisi dan peran praktisi PR masih terbatas, kemungkinan ini juga disebabkan pendidikan masa lalu. Namun demikian, untuk di masa-masa yang akan datang tampaknya posisi dan peran mereka dalam berbagai organisasi akan lebih besar dan lebih penting. ***

Daftar Pustaka

- Abidin, Miranty, (2000). 'Perempuan dalam Periklanan.' Dalam Ashadi Siregar, Rondang Pasaribu dan Ismay Prihastuti (editor). *Eksplorasi Gender di Ranah Jurnalisme dan Hiburan*. Yogyakarta: LP3Y.
- Broom, Glen M. dan Dozier, David M. (1986). 'Advancement of PR Role Models.' *Public Relations Review*, Vol. 12(1), 37-56.
- Childers, L. (1989). 'Credibility of Public Relations at the NRC.' Dalam J. E. Grunig dan L.A. Grunig (ed). *Public Relations Research Annual*. Vol. 1, h. 97-114.
- Creedon, Pamela J. (1991). 'PR and "Women's Work": Toward a Feminist Analysis of PR Roles.' Dalam Larissa A. Grunig dan James E. Grunig (eds.). *Public Relations Research Annual*. Vol. 3. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. dan Broom, Glen M. (2000). *Effective Public Relations*. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Depari, Eduard (1994). 'PR dalam Dunia Usaha: Prospek, Peluang dan Tantangannya,' Makalah untuk Seminar 'PR dalam Memenangkan Pertarungan di Dunia Usaha.' Jakarta.
- Dozier, David M. (1988). 'Breaking Public Relations Glass Ceiling.' *Public Relations Review*, Vol. 13 (3), 6-12.
- Effendy, Onong U. (1986). *Human Relations dan PR dalam Management*. Bandung: Alumni.
- Grunig, James E. (1992). 'Communication, Public Relations, and Effective Organization.' Dalam J. E. Grunig (ed). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E. dan White, J. (1992). 'The Effect of Worldviews on PR Theory and Practice.' Dalam J. E. Grunig (ed). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

- Hon, Linda C., Grunig, Larissa A. & Dozier, David M. (1992). 'Women in Public Relations: Problems and Opportunities.' Dalam James E. Grunig (editor). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Putra, I Gusti Ngurah (1996). *Public Relations Practice in Indonesia: A Case Study of a Commercial Television Station and a State University*. Thesis MA tidak dipublikasikan. University of Canberra, Canberra.
- Putra, I Gusti Ngurah, (2000). *Humas Pemda Menjelang Otonomi Daerah*. Laporan Penelitian, Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Rachmadi, F. (1994). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia.
- Siregar, Ashadi, Pasaribu, Rondang dan Prihastuti, Ismay, ed. (1999). *Media dan Gender: Perspektif Gender atas Industri Suratkabar Indonesia*. Yogyakarta: LP3Y